

Ergebnisdokumentation

Tourismusforum 2024 Generation Zukunft



Es liegt an uns, in den nächsten Generationen junger Menschen, der Generation Zukunft, bei uns im Allgäu das Feuer für den Tourismus zu entfachen und am Lodern zu halten.

Maria Rita Zinnecker, Landrätin

Wie halten und gestalten wir den
Tourismus für die Selbstständigkeit
und Karrieren zukünftiger
Generation attraktiv?

Daran wollen wir heute mit
Ihnen arbeiten!

Wir entwickeln gemeinsam weiter! Unsere Werkstattgespräche.



Mut zum Unternehmertum
(*Sebastian Gries; Cube*)

Welchen Gestaltungsrahmen brauchen wir für mehr junges Unternehmertum im Tourismus im Ostallgäu? Welche Impulse können wir regional hierfür geben?



**Die Generation Zukunft begeistern:
Arbeiten im Tourismus**
(*Heiko Gansloser, Stefan Klein;
Gärkeller*)

Wie machen wir das Arbeiten im Tourismus für junge Menschen in unserer Region attraktiver? Welche Impulse und Maßnahmen können wir selbst hierfür geben

- als Unternehmen?
- als Organisationen und Institutionen?



**Mehr voneinander lernen –
Erfahrungen aus MV**
(*Tobias Weitendorf, Antonia Weiler;
Bierstüberl*)

Mit Tobias Weitendorf im Gespräch



Ergebnisse Werkstatt „Mut zum Unternehmertum“

Welchen Gestaltungsrahmen brauchen wir für mehr junges Unternehmertum im Tourismus im Ostallgäu? Welche Impulse können wir regional hierfür geben?

Welche regionalen Potenziale zur Verstärkung von Gründung und Nachfolge im Tourismus nutzen wir bislang nicht oder zu wenig?

- Verwaltung als Dienstleistung
- Fördermittelberatung, Fördermittellotse, Vereinfachung in der Fördermittelakquise
- Klare und strukturierte Abläufe/ Digitalisierung von Prozessen zur Gründung
- Sichtbarmachung von Beratung
- Gründung aus Angestelltenverhältnis heraus erleichtern -> dient der individuellen Sicherheit
- Einbeziehung von Führung/Verantwortungsübernahme in der betrieblichen Ausbildung

Was macht das Ostallgäu als Raum für Unternehmen und Selbstständigkeit im Tourismus attraktiv?

- Heimatverbundenheit
- Starke Allgäu Marke
- Qualität & Image
- Zentrale Lage in Europa
- Freizeitwert
- Image Allgäu
- Gute Produkte und Infrastruktur
- Internationale Highlights
- Gute empirische Datenlage zu Bekanntheit und zum Markt
- Regionale Gästekarten z.B. Königscard
- Klimabegünstigung
- Jahreszeiten und Möglichkeiten
- Wachsende Märkte von international bis regional
- Erreichbarkeit
- Bildungs- und Innovationsmöglichkeiten
- Marktpotenzial und Teilnahme am Markt

Mit welchen konkreten und regional umsetzbaren Ideen könnten wir wieder mehr junges Unternehmen im Tourismus fördern?

- Beschleunigte Prozesse & Zusammenarbeit in der Verwaltung
- Kommunikation zu jungem Unternehmertum
- Entrepreneurship als Bildungsbestandteil
- Coach/Begleiter durch Verwaltungsprozesse
- Azubiprojekte & Wettbewerbe
- Gründernetzwerke regional
- Gründerpatenschaft
- Azubibetriebe/Lehrlingsbetriebe -> mehrere Unternehmen zusammen
- Gründerzentrum Tourismus
- Gründerstammtisch im Tourismus
- Industrie- und Handwerkskammer (IHK) im Amt (Sprechtag etc.)

Welche regionalen Hemmnisse beschränken potenzielle Gründerinnen oder Unternehmensnachfolger beim Schritt in die Selbstständigkeit?

- Öffentlicher Personen Nahverkehr (ÖPNV) / Verkehr insgesamt
- Breitbandausbau
- Fehlende Arbeitskräfte
- Hyperbürokratisierung
- Lange Verwaltungsprozesse
- Fehlende Wissensbildung zum Unternehmertum
- Wohnraumknappheit
- Sinkende Risikobereitschaft in der Gesellschaft
- Risikobereitschaft der Kreditgeber
- Kinderbetreuung
- Lebenshaltungskosten in der Region



Ergebnisse Werkstatt

„Die Generation Zukunft begeistern: Arbeiten im Tourismus“

Wie machen wir das Arbeiten im Tourismus für junge Menschen in unserer Region attraktiver? Welche Impulse und Maßnahmen können wir selbst hierfür als Unternehmen/ Organisationen und Institutionen geben?

Was macht das Arbeiten im Tourismus im Allgäu besonders attraktiv?	Mit welchen konkreten Ideen könnten wir wieder mehr junge Menschen in den Tourismus bringen und halten?
<ul style="list-style-type: none"> - Lage, Lage, Lage! - Freizeitmöglichkeiten - Identifikation mit dem Allgäu - Hohe Internationalität - Schnelle Karrierechancen - Möglichkeit der Kreativität - Vielschichtige Angebote hinsichtlich Freizeit, Kultur etc. - Maßnahmen für Kooperationen zwischen Hochschulen & Betriebe - Hohes Bildungsangebot - Gästevielfalt - Großes touristisches Angebot 	<ul style="list-style-type: none"> - Kommunikation/Innenmarketing - Attraktive Gehälter - Praktische Hospitationen - Bezahlbaren Wohnraum schaffen - Vorstellung des Tourismus in Schulen - Freie Führungen in Schlössern für Schulklassen/Kindergärten - Berufliche Möglichkeiten/Zugangsmöglichkeiten - Zentraler Ansprechpartner eruiieren & Finanzielle Mittel/Förderung - Kooperationen mit Schulen - Attraktive Arbeitsverhältnisse - Evaluierung einheitlicher Konzepte - gegenseitig Vermittlung von guten Bewerber*Innen - Vernetzung mit Hochschule Kempten <ul style="list-style-type: none"> - Konzept-Bausteine - Plattform Börse - Aufzeigen von beruflichen Perspektiven - Praktika ermöglichen - Baukastensystem für Austauschprogramm - Kindergartenführungen - Modellbetriebe - Konkrete Stellenmöglichkeiten kommunizieren - Berufliche Einstiegsmöglichkeiten hervorheben
<p>Was machen wir nicht gut genug und verlieren deshalb Menschen für den Tourismus und unsere Region?</p>	<p>- Welche Potenziale in unserer Region nutzen wir bislang nicht oder zu wenig, um junge Menschen für den Tourismus zu begeistern?</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Potential bei einheimischen Kindern nutzen - Fehlende berufliche Perspektiven - Viele Einzelmaßnahmen – fehlendes Gesamtkonzept - Attraktive Stellen fehlen 	<ul style="list-style-type: none"> - Zu wenig Innenmarketing für den Tourismus in den Schulen - Teacher-Days - Einheimische Kinder mehr für Tourismus sensibilisieren - Flexible Arbeitszeiten hervorheben/ besser vermarkten - Hochschulabsolventen besser an die Region binden - Image der beruflichen Chancen verbessern



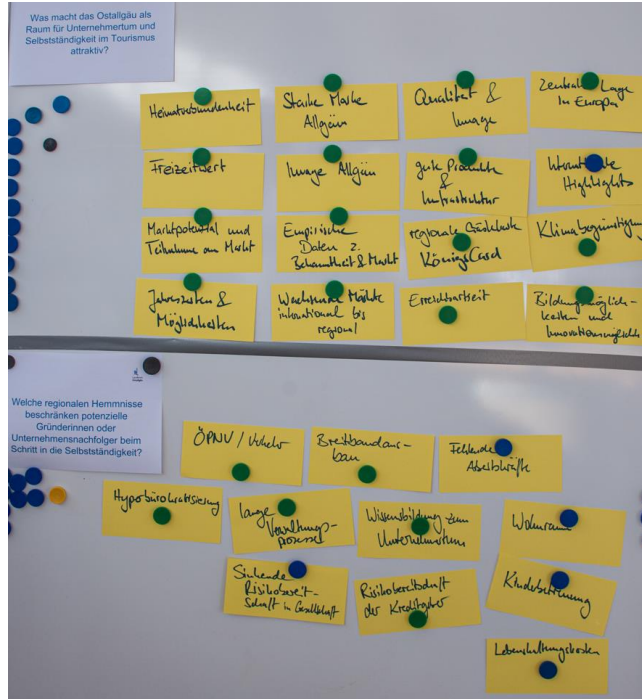
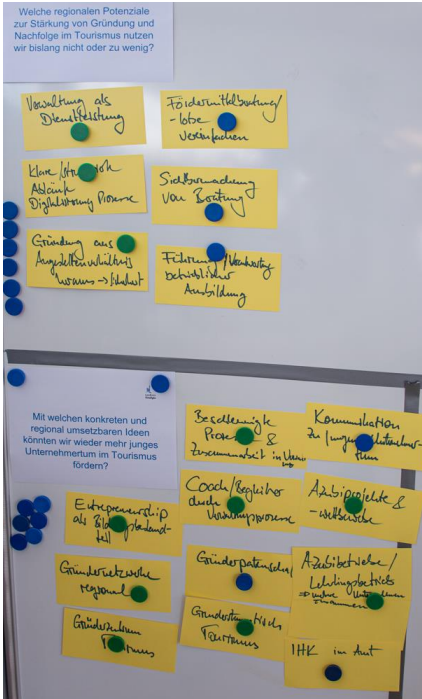
Ergebnisse Expertendialog: „Mehr voneinander lernen – Erfahrungen aus MV“

Mit Tobias Weitendorf im Gespräch – folgende Themen wurden diskutiert

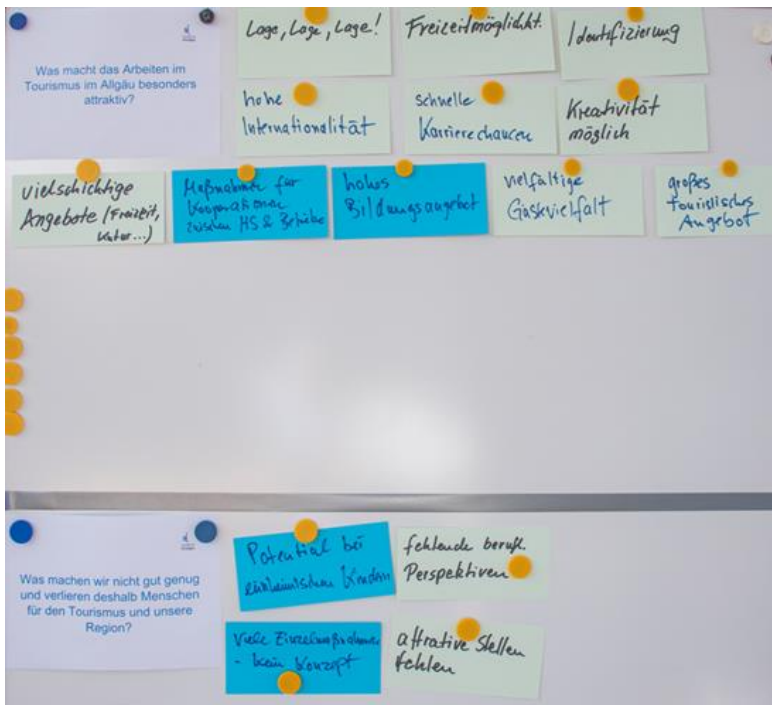
(Hinweis: Das Dialoggespräch folgte keiner vorgegebenen Agenda. Alle nachfolgenden Themen und Inhalte wurden von den Teilnehmenden in den Dialog eingebracht)

Politisches Gewicht des Tourismus	Kurbeitrag
<ul style="list-style-type: none"> • Fehlendes Verständnis • Fehlendes „Arbeiten nach Innen“ auf Bundesebene • Tourismusfinanzierungsquellen nur auf kommunaler Ebene • Abschaffung des Meldescheins, mangelhafte Statistiken 	<ul style="list-style-type: none"> • Vorteile sind nicht bewusst • Schwierige Erhebung/Kontrolle; Erleichterung z.B. durch Königscard • Notwendiger Systemwechsel? • Minimalistische Tourismusakzeptanz in Gemeinderäten • Tourismus als Wirtschaftskraft
Wahrnehmung der Einheimischen	Wohnraum Situation
<ul style="list-style-type: none"> • „Touristische“ Infrastruktur als Mehrwert für die Region • Steigende Lebensqualität durch Tourismus • Indirekte/Induzierte wirtschaftliche Effekte • Schutz von Wohnraum für Einheimische 	<ul style="list-style-type: none"> • Tourismus als Teil des Problems, kann es jedoch nicht lösen • Gegensteuern über kommunale Grundstückspolitik noch möglich? • Steigende Preise, Verkauf an „Fremde“ • Attraktivität für junge Leute schaffen (Freizeitwert, Anbindung)

Fotodokumentation der Werkstatteergebnisse



Fotodokumentation der Werkstattergebnisse



Fotodokumentation der Werkstattergebnisse

Politisches Gewicht des Tourismus

- fehlendes Verständnis
- fehlendes „Arbeiten nach Innen“ auf Bundesebene
- Tourismusfinanzierungsquellen nur auf kommunaler Ebene
- Abschaffung des Meldescheins, mangelhafte Statistiken
Statistik „von unten“?

Kurbeitrag

- Vorteile sind nicht bewusst
- schwierige Erhebung / Kontrolle
- Erleichterung z.B. durch Königscard
notwendiger Systemwechsel?
- minimalistische Tourismus-
akzeptanz in Gemeinderäten
- Tourismus als Wirtschaftskraft

Wahrnehmung der Einheimischen

- „Touristische“ Infrastruktur als
Mehrwert für die Region
- steigende Lebensqualität durch
Tourismus
- indirekte / induzierte wirtschaftliche
Effekte (Stichwort Leberkässammel)
- Schutz von Wohnraum für
Einheimische

Wohnraum

- Tourismus als Teil des Problems,
kann es jedoch nicht lösen
- Gegensteuerung über kommunale
Grundstückspolitik noch möglich?
- steigende Preise, Verkauf an „Fremde“
- Attraktivität für junge Leute
schaffen (Freizeitwert, Anbindung)

Unsere Sponsoren & Partner.
Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung!



Sparkasse
Allgäu



SCHLOSSPARK®



waldbrand
Destillerie



bergaufland
OSTALLGÄU e.V.